

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LINEAMIENTOS DE MARKETING
DIGITAL PARA EL NÚCLEO DE APOYO CONTABLE Y FISCAL (NAF) EN EL
MARCO DEL CONVENIO INTERINSTITUCIONAL SUSCRITO ENTRE LA
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA Y LA DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS
NACIONALES - DIAN.**

**PRACTICANTE:
ELIANA PATRICIA SOLANO OROZCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
MONTERÍA – CÓRDOBA
2019**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LINEAMIENTOS DE MARKETING ⁱⁱ
DIGITAL PARA EL NÚCLEO DE APOYO CONTABLE Y FISCAL (NAF) EN EL
MARCO DEL CONVENIO INTERINSTITUCIONAL SUSCRITO ENTRE LA
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA Y LA DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS
NACIONALES - DIAN.**

**PRACTICANTE:
ELIANA PATRICIA SOLANO OROZCO**

**TUTOR ACADÉMICO:
DANIEL RODRÍGUEZ BERMÚDEZ**

**TUTOR ENTIDAD:
DINA ESTHER CASTRO RAMOS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
MONTERÍA – CÓRDOBA
2019**

Dedico este trabajo especialmente a la memoria de mi hermano Jesús Antonio Solano Orozco, por los pocos y profundos consejos que me dio en mi infancia, por hacerse responsable de mí desde mi nacimiento; sus palabras han sido un fundamento en la convicción de que, una de las mejores formas de reñir contra la pobreza es a través de la educación y el esfuerzo verdadero. A mí madre, que ha sido mi amiga y mi gran compañera durante toda mi vida. A todos mis hermanos y sobrinos que de una u otra forma contribuyeron a que, cuando sentía desfallecer, continuara avanzando.

Agradecimiento infinitamente a Dios por toda Su Bondad, por permitirme alcanzar una de las metas trazadas en mi vida, porque me ha otorgado años para ver sus milagros. A mí madre por siempre estar para mí, por darme las fuerzas para continuar y por sus oraciones. A mis tutores, Daniel Rodríguez Bermúdez por su acompañamiento y orientación; a Dina Esther Castro Ramos, por ser una de las personas que Dios usó para que iniciara mi sueño de ser Administradora en Finanzas y Negociadora Internacional y porque, hoy, en esta etapa final también está presente. A mi jefe Pedro Acosta Fernández, por su voluntad y apoyo durante toda esta etapa de mi formación profesional, por ser un gran mentor de vida. A Jesús Manuel Aguirre, por su fuerza y todo su apoyo sin el cual esta etapa final de mi formación hubiese sido prorrogada. Agradecerles a todos mis amigos y compañeros que han estado conmigo durante todos estos años.

La Universidad de Córdoba, es una entidad pública de educación superior que, comprometida con el desarrollo regional, enfoca su formación a la integralidad profesional de sus estudiantes, por lo cual gestiona y ejecuta convenios interinstitucionales con diferentes entidades que les permiten interactuar con la realidad de los diferentes sectores económicos, así como con diferentes entidades estatales que se encargan de administrar algunas funciones del Estado en materia de impuestos.

Es así como surge el Convenio Interinstitucional suscrito entre la Universidad de Córdoba y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), por medio del cual se crea en la Universidad un **Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF)** como una “iniciativa de responsabilidad social, propuesta y guiada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN con el fin de crear espacios de atención permanente, donde estudiantes y maestros, previamente capacitados ofrezcan, sin ningún costo, orientación básica en materia tributaria, aduanera y cambiaria a personas naturales y jurídicas de baja renta, en el ámbito normativo o técnico, según el alcance que se determine ...” DIAN. Resolución número 000047 de fecha 10 de junio de 2016. Por lo anterior, y en virtud de la ejecución del Convenio antes mencionado, se hará un diagnóstico sobre la difusión y promoción que se le realiza los servicios prestados en el **Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF)** ubicado en la Universidad de Córdoba a través de los medios virtuales, tomando en consideración los resultados que se obtengan de un posterior análisis externo e interno DAFO, que permita conocer el estado o la intensidad con la cual se promueven estos servíos, posteriormente proponer la creación los lineamientos de Marketing

Digital que permita dar mayor reconocimientos a estos, logrando que los usuarios accedan a los v servicios y haya una interacción constante.

Objetivos de la Pasantía

General

- Proponer la creación de lineamientos de Marketing digital para el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) en marco del convenio interinstitucional suscrito entre la Universidad de Córdoba y la DIAN.

Específicos

- Conocer el funcionamiento del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) ubicado en la Universidad de Córdoba
- Realizar un diagnóstico de los medios a través de los cuales se están difundiendo los servicios que presta el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) ubicado en la Universidad de Córdoba.
- Diseñar lineamientos de Marketing digital para el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF).

1.	CAPÍTULO I DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD	1
1.1.	Nombre de la institución	1
1.2.	Símbolos de la entidad	1
1.3.	Escudo	1
1.4.	Bandera	1
1.5.	Misión y Visión.....	2
1.5.1.	Misión	2
1.5.2.	Visión.....	2
1.6.	Estructura Organizacional (organigrama funcional).....	3
1.7.	Actividades de la entidad	4
1.7.1.	Cobertura y calidad académica	4
1.7.2.	Proyecto Educativo Institucional – PEI	6
1.7.3.	Formación Integral.....	8
1.7.4.	Trabajo académico.....	10
2.	CAPÍTULO II DESCRIPCIÓN DE LA DEPENDENCIA	12
2.1.	Denominación de la Dependencia	12
2.2.	Organigrama	12
2.3.	Misión	13
2.4.	Visión.....	13
2.5.	Funciones	14
2.6.	Servicios.....	14
3.	CAPÍTULO III ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRÁCTICA O PASANTÍA.....	16
3.1.	Descripción del problema	18
3.2.	Plan de trabajo.....	23
3.2.1.	Recolección de información:	23
3.2.2.	Análisis de la información:	23
3.2.3.	Diagnóstico:	24
3.3.	Cronograma de actividades.....	25
3.4.	Descripción detallada de las actividades.....	26
3.5.	Conclusiones	31
3.6.	Propuesta de mejoramiento.....	32
4.	Referencias bibliográficas.....	38
5.	Bibliografía	38
6.	Anexos	39

Lista de tablas

Tabla 1. Cronograma de actividades.....	25
Tabla 2. Análisis FODA.	28
Tabla 3. Cronograma de Actividades 2020-I.....	35

Figura 1. Afiche publicitario NAF en el Punto de la BVC de la Universidad de Córdoba.	39
Figura 2. Banner digital NAF, asociado al Punto BVC de la Universidad de Córdoba.	39
Figura 3. Redes sociales asociadas al Punto BVC.	40
Figura 4. Encuesta de valoración de los servicios Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF.	40
Figura 5. Formato de Informes NAF por Estudiantes.	41
Figura 6. Tabulación Encuesta De Valoración NAF.	43
Figura 7. NAF sin publicaciones propias.	43
Figura 8. Formato de Solicitud de Servicios FCOM 001.	44

1. CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD

1.1.Nombre de la institución

Universidad de Córdoba

1.2.Símbolos de la entidad

1.3.Escudo

La espiga: Ingeniería Agrícola

La serpiente: Medicina Veterinaria

La plomada: Topografía

El símbolo PI: Lic. Matemáticas



El escudo de la Universidad de Córdoba expresa la creación de los programas de Ingeniería Agrícola, Medicina Veterinaria y Licenciatura en Matemáticas y Física, los cuales son los programas con que la Universidad inició.

1.4.Bandera

Verde: Representa la prosperidad de las especies vegetales, y por ende pecuarias a partir de la intervención científica.

Café: Representa la fertilidad del suelo Cordobés. (Universidad de Córdoba).



1.5.Misión y Visión

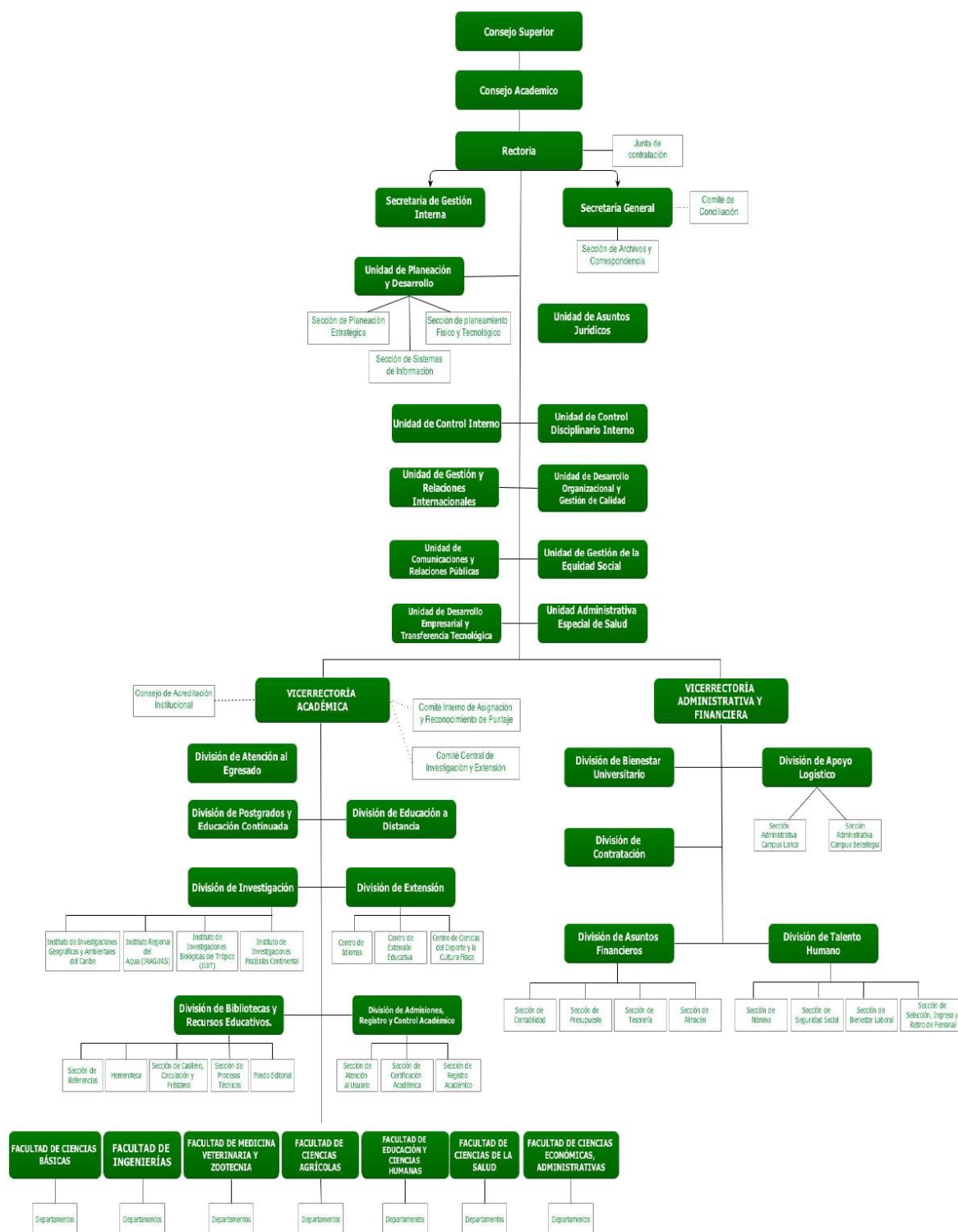
1.5.1. Misión

La Universidad de Córdoba es una institución pública de educación superior que forma integralmente personas capaces de interactuar en un mundo globalizado, desde el campo de las ciencias básicas, asociadas a la producción agroindustrial, las ingenierías, las ciencias sociales, humanas, la educación y la salud; genera conocimiento en ciencia, tecnología, arte y cultura y contribuye al desarrollo humano y a la sostenibilidad ambiental de la región y del país (Universidad de Córdoba).

1.5.2. Visión

Ser reconocida como una de las mejores instituciones públicas de educación superior del país por la calidad de sus procesos académicos y de gestión institucional, orientada al mejoramiento de la calidad de vida de la región, mediante la ejecución y aplicación de proyectos de investigación y extensión en cooperación con el sector productivo (Universidad de Córdoba).

1.6. Estructura Organizacional (organigrama funcional)



Fuente: Elaborado a partir de Organigrama de la Universidad de Córdoba.

1.7.Actividades de la entidad

1.7.1. Cobertura y calidad académica

La Universidad de Córdoba, en su condición de Institución Pública de Educación Superior, responde al compromiso misional de atender la función social de oferta y demanda permanente de formación del recurso humano en el ámbito técnico, tecnológico, profesional y de postgrado con criterios de calidad y excelencia académica, conforme a las exigencias culturales y ambientales de la región y el país.

Políticas y Objetivos

Política de cobertura

La oferta de los programas académicos, el desarrollo de la investigación y la extensión, atiende prioritariamente los problemas, potencialidades y demandas sociales identificadas en su área de influencia, con modalidades y niveles de atención que más se ajusten a las particularidades de la región, sobre los principios de equidad, eficiencia, calidad y beneficio social.

En este sentido, la política de la oferta educativa es flexible, continua, permanente y diversificada, que consulta los equilibrios de la oferta y la demanda del mercado laboral,

estimulando y apoyando, mediante criterios y mecanismos de subsidiaridad y complementariedad, la apertura y funcionamiento de aquellos programas que, por su naturaleza son de alto costo para la institución, pero necesarios para el desarrollo científico, tecnológico, social y cultural.

Con base en estos criterios y principios, la Universidad de Córdoba establece un sistema de oferta académica para atender la demanda social de su respectiva área de influencia, según estudios de factibilidad.

El aumento de la cobertura responde a criterios de educación continuada y a la formación para la vida, priorizando la apertura de programas de pregrado y postgrado propios, dirigidos a las necesidades de formación, perfeccionamiento y cualificación de profesionales en áreas específicas, identificadas en las líneas de investigación.

La Universidad de Córdoba implementa programas de nivel tecnológico, y organiza sus programas en ciclos propedéuticos, diversificando la oferta en el nivel profesional, a través de las modalidades presenciales y a distancia con el apoyo del componente de educación virtual.

Políticas de demanda educativa

En su calidad de ente público, la Universidad de Córdoba propicia condiciones que faciliten el ingreso y permanencia de los aspirantes provenientes de los estratos socioeconómicos de menores recursos, bajo los principios de la excelencia académica.

1.7.2. Proyecto Educativo Institucional – PEI

La Universidad de Córdoba, también tendrá como política utilizar criterios de equidad social para el ingreso a los programas académicos.

Es política de la Universidad adelantar acciones con el fin de vincular a los mejores estudiantes por zonas o municipios y a los jóvenes más destacados en el campo de las artes, la ciencia, la tecnología, las humanidades y el deporte.

Políticas y Objetivos

Políticas de calidad

La oferta académica y la ampliación de cobertura se enmarcan en los estándares e indicadores de calidad que requiere la educación superior, de conformidad con la capacidad física, logística y humana de la institución.

Los procesos de selección y admisión de estudiantes de la Universidad de Córdoba en todas las modalidades y niveles de su oferta académica, obedece a un sistema fundamentado en los méritos académicos que garanticen la transparencia, objetividad, igualdad y equidad.

La apertura, cierre o modificación de todo programa académico requiere un proyecto que justifique su viabilidad y factibilidad académica, económica y social.

La evaluación de la gestión académica y administrativa se implementa mediante un sistema de indicadores de calidad, logros y grados de ejecución, para mejorar y reorientar los procesos académicos.

La Universidad promueve en la comunidad universitaria la cultura de la calidad del medio ambiente, dentro y fuera de la institución.

Objetivos

- Ampliar y fortalecer la infraestructura técnica de equipos y laboratorios para el trabajo académico.
- Adecuar las condiciones de la planta física y de los ambientes de estudios.
- Mantener un número de docentes de planta en la Universidad de Córdoba, de acuerdo con las necesidades del desarrollo académico de la institución.
- Adelantar el trabajo de diseño y rediseño curricular en las instancias académicas.
- Capacitar a docentes y estudiantes en investigación y trabajo en equipo.
- Consolidar grupos integrados por docentes y estudiantes dedicados a investigación y/o extensión.

Proyecto Educativo Institucional – PEI

- Desarrollar programas para fomentar la cultura de conservación del medio ambiente.

1.7.3. Formación Integral

La Universidad de Córdoba tiene como finalidad la formación integral y permanente de hombres y mujeres autónomos, con competencias conceptuales, metodológicas, políticas, éticas, estéticas y de interacción social y cultural; con espíritu crítico – transformador y con una perspectiva sistémica de su proyecto de vida y de su contexto para contribuir al desarrollo sostenible en el ámbito regional, nacional e internacional.

Políticas y Objetivos

Políticas

Los planes de estudios de los programas académicos de pregrado están estructurados en un diseño curricular en el que se definen las áreas, campos, núcleos o componentes de formación, de acuerdo con las normas y disposiciones vigentes.

De conformidad con la naturaleza del programa, los planes de estudio de pregrado incorporan y relacionan las ciencias exactas, naturales, humanas y el componente de contexto, en la perspectiva de desarrollar en los educandos una formación integral sustentada en las competencias del saber conocer, saber ser, saber hacer y saber interactuar.

Los diseños curriculares contemplan estrategias pedagógicas, que proporcionan al estudiante estructuras y operaciones de pensamiento para el desarrollo de los conceptos y

categorías esenciales de las ciencias sobre las cuales se fundamenta el ejercicio profesional, de manera que facilite al educando habilidades para aprender a aprender.

Objetivos

- Propiciar espacios para la convivencia, la comunicación, la relación interpersonal de la comunidad académica.
- Desarrollar las competencias para la comunicación, la convivencia, la afectividad, el saber y en el saber – hacer de la profesión en la cual se forman los estudiantes de la Universidad de Córdoba.
- Desarrollar programas y proyectos que involucren a los miembros de la comunidad universitaria en torno de actividades académicas, culturales, artísticas, deportivas y de bienestar.
- Orientar la organización y estructura de los currículos, atendiendo criterios de flexibilidad para garantizar el trabajo autónomo de estudiantes y la posibilidad de espacios y tiempos para que el docente articule su quehacer a la investigación, la extensión y otras actividades complementarias.
- Diseñar y rediseñar los planes curriculares articulando docencia, investigación y extensión.

1.7.4. Trabajo académico

La Universidad de Córdoba propicia el logro de los principios y objetivos de la Educación Superior, basada en la idoneidad académica, en las competencias científicas, tecnológicas y pedagógicas, en el compromiso ético y moral, y en la motivación de sus profesores, como criterios esenciales que le imprimen calidad, eficiencia, eficacia y pertinencia al proceso docente-educativo.

Políticas y Objetivos

Políticas

El proceso docente-educativo debe garantizar la calidad académica, la contextualización, y las competencias disciplinares, profesionales, técnicas y actitudinales, en los estudiantes.

La Universidad impulsa la formación metodológica de sus docentes para un desempeño eficiente en los procesos de enseñanza y aprendizaje de la educación presencial y a distancia.

Objetivos

- Desarrollar procesos académicos que permitan el perfeccionamiento continuo en lo pedagógico y didáctico.
- Aplicar y/o construir métodos científicamente fundamentados que mejoren el proceso docente educativo. Propiciar las condiciones de recursos tecnológicos de

información y comunicaciones que hagan posible la vinculación tanto de la educación presencial, como a distancia a las estrategias del aprendizaje autónomo.

- Desarrollar procesos de formación de los profesores en los aspectos conceptuales, metodológicos y operativos intrínsecos a la política de flexibilidad (Universidad de Córdoba).

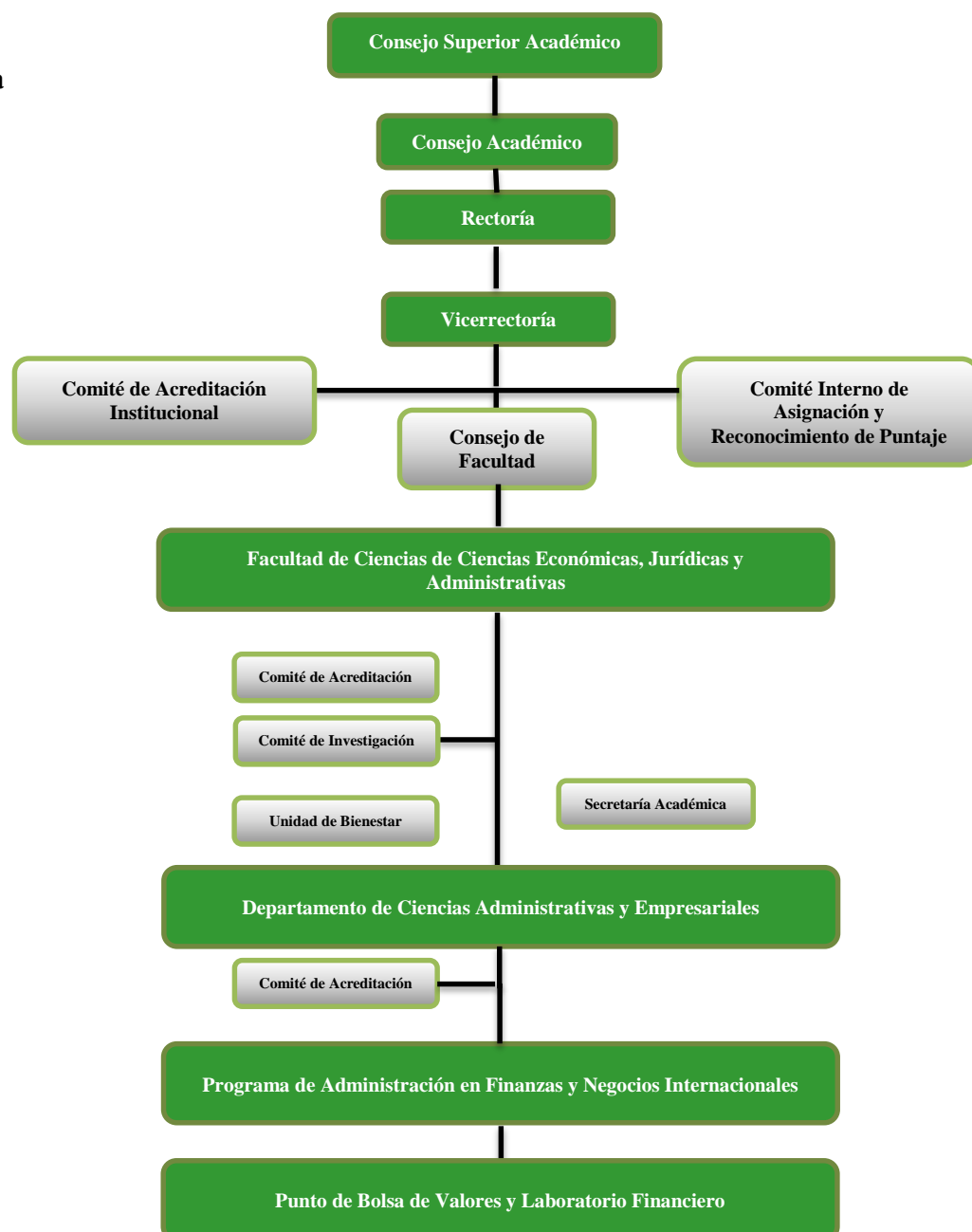
2. CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DE LA DEPENDENCIA

2.1. Denominación de la Dependencia

Punto Bolsa de Valores de Colombia

2.2. Organigrama



Fuente: Elaborado a partir de Organigrama de la Universidad de Córdoba.

2.3. Misión

El punto de la bolsa de valores de Colombia de la Universidad de Córdoba, es un espacio para recibir a los diferentes Inversionistas, Emisores, Sociedades Comisionistas de Bolsa, estudiantes y demás personas interesadas en conocer acerca de los Mercado de Capitales Colombiano, con un talento humano capacitado que aplica los valores y políticas impartidos por la Universidad de Córdoba (Universidad de Córdoba).

2.4. Visión

Para el año 2020 El punto de la bolsa de valores de Colombia de la Universidad de Córdoba, seguirá siendo reconocida como uno de los mejores puntos BVC entre todas las universidades que cuentan con el convenio con la BVC. Siendo líder en la oferta de programas relacionados con el mercado de capitales (Universidad de Córdoba).

2.5. Funciones

El punto de la Bolsa de Valores de Colombia, está Adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas Programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales.

Es un espacio para recibir a los diferentes Inversionistas, Emisores, Sociedades Comisionistas de Bolsa, y demás personas interesadas en conocer acerca del Mercado de Valores Colombiano.

Entre las funciones ejercidas por el punto de la bolsa, se encuentran los siguientes servicios:

2.6. Servicios

- **Asesorías**

El punto de la Bolsa de Valores de Colombia de la Universidad de Córdoba brinda asesorías para sus visitantes sobre temas relacionados con el mercado de capitales colombiano y educación financiera.

- **Acceso de información**

El punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, cuenta con cinco pantallas E-BVC que permiten el acceso a sus visitantes al mercado en tiempo real, para la toma de decisiones de inversión.

- **Cursos de formación**

El Punto BVC de la Universidad de Córdoba ofrece formación en temas relacionados con el mercado de capitales y conceptos financieros en general.

Estos cursos están dirigidos a: estudiantes de pregrado y posgrado, profesionales del sector administrativo-financiero, y profesionales en diferentes áreas, con interés en conocer acerca de estos temas.

- **Concursos**

En convenio con la Bolsa de Valores de Colombia, el Punto BVC de la Universidad de Córdoba, convoca semestralmente a los estudiantes de la Universidad a participar de diferentes concursos, que otorgan premios, generan reconocimiento profesional y ayudan a los estudiantes a desarrollar competencias propias del sector financiero.

- **Conferencias**

El Punto BVC de la Universidad de Córdoba ofrece conferencias o charlas en temas relacionados con el mercado de capitales, dirigidas al público en general (Universidad de Córdoba).

3. CAPÍTULO III

ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRÁCTICA O PASANTÍA

Se da inicio al periodo de prácticas con una capacitación de cuarenta (40) horas en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) - seccional Montería, sobre como brindar asesoría básica sobre información tributaria y aduanera, realizar acompañamientos y orientaciones en trámites que puedan ser prestados y atendidos a través del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) de la Universidad de Córdoba, dentro de los cuales se deberá poder brindar:

Asesoría Básica Tributaria

- Inscripción, actualización y cancelación del Registro Único Tributario.
Actividades económicas y responsabilidades. Sucesiones ilíquidas.
- Impuesto sobre la renta personas naturales (Programa Ayuda Renta) y retención en la fuente.
- Impuesto unificado bajo el régimen simple de tributación - SIMPLE.
- Régimen Tributario Especial de las entidades sin ánimo de lucro - ESAL.
- Incentivos tributarios en las ZOMAC.
- Impuesto al valor agregado - IVA y retención en la fuente.
- Impuesto nacional al consumo.
- Servicios en línea del Portal DIAN.

- Declaraciones tributarias y su presentación virtual.
- Facturación, sistemas de control facturación en línea y factura electrónica.
- Devoluciones y/o compensaciones.
- Información acerca de: Procedimiento tributario y régimen tributario sancionatorio.

Asesoría Básica Aduanera:

- Importación (Sistema armonizado nomenclatura arancelaria, Clasificación arancelaria, gravamen arancelario, IVA, Derechos Antidumping y Compensatorios, Salvaguardias, preferencias arancelarias).
- Exportación
- Declaración de valor
- Elementos conformantes del valor en aduana
- VUCE, vistos buenos y autorizaciones para importación y exportación.

Dentro de las funciones relacionadas directamente con la actividad del Punto de la Bolsa de Valores están:

Apoyo administrativo:

- Redacción de Comunicaciones internas y externas.
- Organización de archivo de apoyo.
- Demás funciones que indique la Tutora de la entidad, y que estén dentro del ámbito de la formación académica.

3.1. Descripción del problema

La Universidad de Córdoba, es una entidad pública de educación superior que, comprometida con el desarrollo regional, enfoca su formación a la integralidad profesional de sus estudiantes, por lo cual gestiona y ejecuta convenios interinstitucionales con diferentes entidades que les permiten interactuar con la realidad de los diferentes sectores económicos del país, así como con diferentes entidades estatales que se encargan de administrar algunas funciones del Estado en materia de impuestos. Es así como surge el Convenio Interinstitucional suscrito entre la Universidad de Córdoba y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), por medio del cual se crea en la Universidad un Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) como una “iniciativa de responsabilidad social, propuesta y guiada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, susceptible de ser implementada por las instituciones de educación superior, con el fin de crear espacios de atención permanente, donde estudiantes y maestros, previamente capacitados ofrezcan, sin ningún costo, orientación básica en materia tributaria, aduanera y cambiaria a personas naturales y jurídicas de baja renta, en el ámbito normativo o técnico, según el alcance que se determine...” (DIAN, 2016)

El incumplimiento de un elevado porcentaje de personas y organizaciones de sus obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias tiene implicaciones sociales y económicas, pues alimentan un círculo vicioso en el que la contribución inequitativa, la escasez de recursos públicos y la insuficiencia de los servicios suministrados por el

Estado, acentúan la desconfianza de la ciudadanía en las instituciones públicas y desincentivan aún más la incorporación al sector formal.

La Cultura de la Contribución y la Educación Fiscal suponen abandonar enfoques únicamente coactivos y construir una relación entre el Estado y los ciudadanos en materia fiscal, basada en la colaboración y en la reciprocidad e intentar desarrollar, desde edades tempranas, actitudes de compromiso frente al bien común y a las normas que regulan la convivencia democrática, poniendo de relevancia el sentido social de los impuestos y su vinculación con el gasto público, así como el perjuicio que conllevan el fraude fiscal y la corrupción.

El apoyo del Programa para la Cohesión Social en América Latina Eurosocietal (programa de cooperación entre la Unión Europea y América Latina) (Eurosocietal) , a través de la participación de Colombia en el intercambio de experiencias entre los países miembros de la red de educación fiscal (REF), reunión celebrada en Bolivia en julio de 2015, y la visita de la Receita Federal del Brasil a Colombia en noviembre del mismo año, cuyo propósito fue informar y capacitar a los servidores públicos de la Entidad y a los representantes de las universidades que aceptaron participar en el desarrollo de la estrategia de los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal -NAF-, fueron piezas fundamentales para el adelanto del proyecto en nuestro país. (Romero, Guía General Para La Implementación y Funcionamiento De Los Núcles De Apoyo Contable y Fiscal, 2019)

Los resultados de informalidad y seguridad social del Departamento Nacional de Estadística -DANE- en los últimos años no han sido alentadores, mostrando altos niveles

de informalidad en varias ciudades principales del país (Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)). “por ello y como estrategia para fortalecer las relaciones entre la DIAN y los ciudadanos, la entidad ha considerado que la educación fiscal debe ser un componente transversal en sus estrategias, por ello a través del Programa de Cultura de la Contribución, se pretende construir puentes con los ciudadanos como herramienta transformadora de la moral fiscal de los actuales y futuros contribuyentes, considerando como aliadas estratégicas a las instituciones de educación superior”. (Romero, Guía General Para La Implementación Y Funcionamiento De Los Núcleos De Apoyo Contable Y Fiscal en Colombia, 2019)

De este modo, nacen los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF), como “una iniciativa de responsabilidad social diseñada e implementada por la Receita Federal, administración tributaria de Brasil que actualmente se encuentran en operación en Universidades de Brasil, El Salvador, Ecuador, Costa Rica, Honduras, Guatemala, México, Chile, y ahora Colombia, que desde 2017 hace parte de la RED NAF.

Actualmente 52 NAF prestan sus servicios en 27 ciudades del país, durante el año 2017 se logró la atención y solución de 24.736 consultas por parte de 856 estudiantes capacitados en las diferentes Instituciones de Educación Superior. Además, la DIAN cuenta con un espacio en su página web desde donde se accede a toda la información relacionada con este servicio. (RED NAF).

Al indagar sobre los medios de difusión que usa el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) ubicado en la Universidad de Córdoba, para difundir los servicios que presta, su contenido en materia tributaria, contable y fiscal, se ha encontrado que:

1. El lugar de atención solo cuenta con un afiche pequeño que lo identifica como Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF). (Ver Anexo, Figura N°1).
2. En la página web de la Universidad de Córdoba, está relacionado solo un banner digital asociado al Punto BVC de esta entidad. (Ver Anexo, Figura N°2).
3. El Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) no cuenta con redes sociales o publicaciones propias en la página web de la Universidad de Córdoba, que permitan promocionar o difundir información sobre los servicios que presta o temas relacionados con estos. (Ver Anexo, Figura N°7).
4. No existen unos lineamientos de marketing digital o de contenido para difundir los servicios y compartir la información con la que cuenta el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF).

Considerando que, actualmente la Universidad de Córdoba tiene Acreditación de Alta Calidad, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución 2956 del 22 de marzo de 2019, en la cual el Ministerio reconoce la calidad de los procesos académicos-administrativos de la Universidad, manifestando que “se ha demostrado que la Universidad de Córdoba ha logrado niveles de calidad suficientes, para que de acuerdo con las normas que rigen la materia, sea reconocido públicamente”; vale la pena resaltar lo necesario que es garantizar que los servicios que presta el Núcleo de Apoyo Contable y

Fiscal (NAF) sean realizados con eficacia y funcionalidad, de manera que contribuya a la calidad educativa del estudiantes de esta alma máter e impacte positivamente a la comunidad en general, para lo cual es indispensable que estos sean conocidos a través de diferentes medios y así logren llegar al público objetivo; entonces, surge el cuestionamiento sobre la necesidad real de establecer nuevos mecanismos o lineamientos por medios de los cuales se logre difundir los servicios y que se logre llegar al público; y no seguir esperando que estos sigan respondiendo al seguir usando las mismas estrategias de difusión.

Teniendo en cuenta lo anterior, cabe preguntarse ¿si es necesario crear lineamientos de marketing digital que permitan la óptima difusión sobre los servicios prestado y ofrecidos por el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal para lograr un mayor reconocimiento en beneficio de la comunidad estudiantil y público en general que desconoce de la existencia de este Núcleo y sus funciones?

3.2. Plan de trabajo

3.2.1. Recolección de información:

se procederá a recolectar información sobre la forma de difundir los servicios prestados en el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF, bien sea a través de la consulta de datos, entrevista con la Coordinadora del NAF de la Universidad de Córdoba, o información en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN sobre las estrategias ofrecidas por estos mismos para promocionarlos; la investigación y la observación, al conocer cómo se da este proceso desde las áreas responsables en la Universidad de Córdoba. También, a través de las Encuestas de valoración de los servicios Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF (ver Figura N°4) diseñadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN y aplicadas a una muestra de los asistentes mensuales.

3.2.2. Análisis de la información:

Una vez obtenida la información, se realizará el análisis de esta, teniendo en cuenta variables como la asistencia del público objetivo, tomando como muestra el Formato de Informes NAF por Estudiantes (Ver Figura N°5); y la manera en la que se enteraron de la existencia al Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF ubicado en la Universidad de Córdoba, obteniéndola a través de la Tabulación Encuesta De Valoración NAF (Ver Figura N° 6) diseñada por la DIAN para ser aplicadas a una muestra de asistentes al NAF..

3.2.3. Diagnóstico:

Teniendo en cuenta el análisis que se haga a la información recolectada, de cómo y a través de qué medios se enteraron los asistentes al Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) de los servicios que presta este, así como la confirmación de la existencia o no de Lineamientos de Marketing Digital, se podrán identificar si existen oportunidades de mejora para lograr una mayor difusión de los servicios en la comunidad estudiantil y público en general; y de esta manera contar con las bases para proponer la creación de unos Lineamientos de Marketing Digital que impulsen la difusión de estos en el público objetivo a través de las diferentes redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y YouTube. De ser así, la implementación de los lineamientos propuestos será responsabilidad de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad de Córdoba, quien es la única facultada para promocionar los servicios de esta entidad, de acuerdo a lo mencionado en la Política de Comunicaciones “...es de cumplimiento la no habilitación de cuentas de redes sociales de la Universidad desde otra dependencia diferentes a las oficiales, la idea es manejar una unidad de criterio en las informaciones que se publican a través de estos nuevos medios, la Universidad solo entrega información institucional a través de las cuentas Twitter: @Unicordoba_Col Instagram: unicordoba_colombia, Youtube: unicortv en Facebook: Unicórdoba Montería.” (Universidad de Córdoba, s.f.)

3.3. Cronograma de actividades

Tabla 1. Cronograma de actividades.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		2019															
Diagrama de Gantt		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre							
N°	Descripción	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2
1	Capacitación en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN sobre acompañamiento y orientación en trámites y servicios tributarios que se deben prestar en el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF).																
2	Atención en el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF).																
3	Obtención de información sobre los métodos o estrategias de difusión de los servicios prestados por el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF).																
4	Análisis de la información obtenida y diagnóstico de la difusión de los servicios del NAF.																
5	Identificación de las Oportunidades de mejora																
6	Diseño de Propuesta de Mejoramiento.																

Fuente: Elaboración Propia.

3.4. Descripción detallada de las actividades

Actividad N°1

Se da inicio al periodo de prácticas con una capacitación de cuarenta (40) horas en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) - seccional Montería, sobre como brindar asesoría básica sobre información tributaria y aduanera, realizar acompañamientos y orientaciones en trámites que puedan ser prestados y atendidos a través del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) de la Universidad de Córdoba; se recibió formación tributaria y fiscal actualizada, llevándolo también a la práctica en la División de Gestión de Asistencia al Cliente de la Seccional Montería.

Actividad N°2

Nombre: Atención en el NAF.

Descripción: A partir de la Tercera semana del mes de septiembre, empecé la atención a los diferentes usuarios del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF ubicado en la Universidad de Córdoba, en el que han sido atendidos diferentes requerimientos, entre ellos, están: Inscripción al Registro único Tributario RUT, Actualización de RUT, Activación de Firmas electrónicas, verificación de información exógena, orientación sobre requisitos y topes para Declarar Rentas las personas naturales y jurídicas, Orientación sobre la nueva forma de tributación a través del Régimen Simple de Tributación SIMPLE, etc.

Actividad N°3

Nombre: Obtención de información sobre los métodos o estrategias de difusión de los servicios prestados por el NAF.

Descripción: a través de la entrevista a la Coordinadora del NAF, la observación, la revisión de los informes de los últimos Seis (06) meses (mayo, junio, julio, agosto, septiembre y octubre) que han sido enviados a la DIAN y de las Encuestas de valoración de los servicios Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF aplicadas, se pudo obtener información suficiente acerca de la forma en la que se ha venido difundiendo la información sobre los servicios prestados por el NAF y el nivel de asistencia a este Núcleo.

Actividad N°4

Nombre: Análisis de la información obtenida y diagnóstico de la difusión de los servicios del NAF. Descripción: una vez obtenida la información, se procedió a realizar el análisis de esta mediante la observación y análisis DAFO, evidenciándose que no existe una estrategia de difusión de promueva eficientemente los servicios que presta el del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF.

Tabla 2. Análisis FODA.

	Positivos	Negativos
Internos	<ul style="list-style-type: none"> La Universidad de Córdoba cuenta con una Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas. La Universidad de Córdoba gestiona y organiza eventos relacionados con los temas tributarios, contables y fiscales. Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> No difusión ni promoción de los Servicios del NAF. No difusión de Contenido relacionado con los servicios del NAF. Debilidades
Externos	<ul style="list-style-type: none"> La Universidad de Córdoba es una Institución reconocida por su calidad académica, lo que hace que el público en general acuda a las convocatorias que hace de los eventos relacionados con los temas tributarios, contables y fiscales. Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Desinterés del público en general en cuanto a educación Contable, financiera y fiscal. Amenazas

Actividad N°5

Nombre: Identificación de las Oportunidades de mejora.

Una vez realizado el análisis de la información obtenida, se pudieron identificar las siguientes oportunidades de mejora para el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF de la Universidad de Córdoba:

1. El lugar de atención solo cuenta con un afiche pequeño que lo identifica como Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF). (Ver Anexo, Figura N°1).
2. En la página web de la Universidad de Córdoba, está relacionado solo un banner digital asociado al Punto BVC de esta entidad. (Ver Anexo, Figura N°2).
3. El Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) no cuenta con redes sociales o publicaciones propias en la página web de la Universidad de Córdoba, que permitan promocionar o difundir información sobre los servicios que presta o temas relacionados con estos. (Ver Anexo, Figura N°7).
4. No existen unos lineamientos de marketing digital o de contenido para difundir los servicios y compartir la información con la que cuenta el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF).

Teniendo en cuenta lo anterior, se procede realizar una propuesta sobre lineamientos de marketing digital que le permita al Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF promocionar y difundir sus servicios, así como temas relacionados con estos; sacando provecho de diferentes herramientas de uso gratuito y seguro, como lo son Twitter, Facebook, Instagram y YouTube.

Actividad N°6

Nombre: Diseño de Propuesta de Mejoramiento para la creación de lineamientos de marketing digital para el Núcleo de Apoyo Contable Y Fiscal (NAF) en el marco del convenio interinstitucional suscrito entre la universidad de córdoba y la Dirección De Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN.

Descripción: después del análisis y diagnóstico realizado, en el cual se obtuvieron diferentes resultados sobre la manera de difundir los servicios del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF, y teniendo en cuenta que la Universidad de Córdoba cuenta con la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, encargada de realizar las diferentes publicaciones que tengan que ver con esta entidad y los diferentes servicios que ofrece, se procederá a Presentar la propuesta para la creación de lineamientos de Marketing Digital para el NAF que le aporten significativamente a una mayor difusión de los servicios prestados en este.

3.5. Conclusiones

Una vez recolectada información sobre la forma de difundir contenido relacionado con temas contables, financieros y fiscales y los servicios del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF de la Universidad de Córdoba, a través de diferentes métodos como la entrevista a la Coordinadora de este, análisis de información, identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas tanto internas como externas, y el respectivo diagnóstico, es pertinente resaltar:

- Se hace necesario ejecutar acciones que difundan los servicios ofrecidos por el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF y contenido en materia contable, financiera y fiscal, contribuyéndose así a una mayor calidad académica, e incidencia social al hacer un aporte significativo en la educación tributaria y financiera de la población monteriana.
- La creación de lineamientos para marketing digital a través de redes sociales representa un auténtico mecanismo para difundir contenido de temas contables, financieros y fiscales, estas iniciativas cada vez más van tomando fuerza puesto que en el país desde hace algunos años se viene generando conciencia de estos; además, permite la comunicación y la relación del NAF con el público objetivo.
- Teniendo en cuenta que las redes sociales se basan en la comunicación horizontal, de tú a tú entre usuarios, la escucha activa y la posibilidad de comentar lo que se comparte de forma fácil, contribuye a que la información publicada se replique de manera más fácil, y que el público objetivo vea con mayor cercanía al NAF.

3.6. Propuesta de mejoramiento

Teniendo en cuenta que la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad de Córdoba es la única que cuenta con la facultad para promocionar los servicios de esta entidad a través de diferentes medios, como se menciona en las Políticas de Comunicaciones, Página 12, Punto 10. “El proceso de comunicaciones contienen en su quehacer 6 procedimientos: elaboración de productos de prensa, imagen visual corporativa, elaboración de productos radiales, elaboración de piezas audiovisuales, apoyo y asesoría a eventos institucionales, elaboración y seguimiento al Plan Estratégico de Comunicaciones”; y en virtud del desarrollo de las Prácticas empresariales en el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF de la Universidad de Córdoba, se identificaron oportunidades de mejora para la difusión de los servicios prestados por este, lo cual generó la necesidad de hallar posibles soluciones a través de la propuesta para la creación de lineamientos de marketing digital, los cuales se exponen a continuación:

- 1) Enviar al área de Publicaciones, la cual hace parte de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, el requerimiento de difusión de información a través del Formato de Solicitud de Servicios FCOM 001 (Ver Anexo, Figura 8): en este documento se debe especificar el tipo de publicación que se desea, realizando una descripción de la misma; y, de ser necesario, anexar archivos que contenga de manera más detallada lo requerido. Debe ser enviado con Quince (15) días de anticipación a la fecha proyectada para la publicación.

Lo anterior, teniendo en cuenta el Manual de Marcas de la Universidad de Córdoba y el Manual de Identidad Visual Institucional de la DIAN, escoger colores, fotografías, lenguaje, forma y tipos de fuentes, textura, tamaños de fuentes, siendo capaz de difundir los servicios prestados por el NAF, de igual manera, compartir contenido dinámico y atractivo, de tal forma que a través de los diferentes medios (redes sociales) se pueda generar interconexión con usuarios y potenciales clientes.

- 2) Una vez se tengan listos los diseños por parte del área Publicaciones, se presentan a la Coordinadora del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal y al Jefe de Departamento, para que den su Visto Bueno y verificación de que se cumpla con todas las directrices del manual de marca de las dos instituciones que intervienen en el convenio, es decir, el Manual de Identidad Visual Institucional de la DIAN y el Manual de Marcas de la Universidad de Córdoba.
- 3) Habiendo obtenido el Visto Bueno de los diseños, con Cinco (05) días de anticipación a la fecha que se desea publicar, se procede a enviar a Comunicaciones una carpeta que contenga: los hashtag (#), los diseños elaborados y un cronograma en el cual debe relacionarse la red social en la que se desea que se publique la información, la frecuencia de la publicación, hora, objetivo de la publicidad, tipo de contenido a utilizar (fotos, videos, otros), el mensaje que llevará y la información adicional que se quiera añadir. Esto, teniendo en cuenta

que Comunicaciones solo permite realizar una publicación por día a cada dependencia.

- 4) Posteriormente, se espera a que Comunicaciones revise la propuesta enviada, en la cual verificará que se cumpla con todos los parámetros de marca exigidos. Si es aceptada, se realizarán las publicidades relacionadas en el cronograma elaborado, en los tiempos y fechas establecidos en el mismo.

[illegible]

Recordatorios de fechas tributarias importantes, como: Declaración anual de activos en el exterior, Declaración del impuesto sobre las ventas –IVA–, Retención en la fuente. Publicación de fechas de Actividades como talleres, seminarios, charlas y demás, relacionadas con el tema Contable, Tributario y Fiscal.			
Recordatorios de fechas tributarias importantes, como: Declaración del impuesto sobre las ventas –IVA–, Impuesto nacional al consumo, Retención en la fuente. Publicación de fechas de Actividades como talleres, seminarios, charlas y demás, relacionadas con el tema Contable, Tributario y Fiscal.			
Recordatorios de fechas tributarias importantes, como: Declaración del impuesto sobre las ventas –IVA–, Retención en la fuente. Publicación de fechas de Actividades como talleres, seminarios, charlas y demás, relacionadas con el tema Contable, Tributario y Fiscal.			
Recordatorios de fechas tributarias importantes, como: Declaración del impuesto sobre las ventas –IVA–, Retención en la fuente. Publicación de fechas de Actividades como talleres, seminarios, charlas y demás, relacionadas con el tema Contable, Tributario y Fiscal.			

Fuente: Elaboración Propia.

Cabe mencionar, que la propuesta presentada pretende contribuir a la difusión de los servicios prestados por el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF, permitiendo así que más personas los conozcan, generándose mayor cobertura de la población objetivo del NAF, a través de redes sociales a las que actualmente tienen acceso muchas personas de manera gratuita, como lo son Instagram, Facebook y Twitter; teniendo en cuenta que por medio de las redes sociales, las empresas pueden impulsar de manera masiva sus servicios.

4. Referencias bibliográficas

5. Bibliografía

- American Psychological Association. (2010). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association* (6 ed.). (M. G. Frías, Trad.) México, México: El Manual Moderno.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (s.f.). Obtenido de www.dane.gov.co
- DIAN. (10 de junio de 2016). Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. *Resolución número 000047*, pág. 2.
- Eurosocial. (s.f.). *Eurosocial*. Obtenido de www.eurosocial.eu/historia/
- RED NAF. (s.f.). Obtenido de <http://rednaf.educacionfiscal.org>
- Romero, M. (2019). Guía General Para La Implementación Y Funcionamiento De Los Núcleos De Apoyo Contable Y Fiscal en Colombia.
- Romero, M. (2019). Guía General Para La Implementación y Funcionamiento De Los Núcles De Apoyo Contable y Fiscal.
- Romero, M. (s.f.). Guía General Para La Implementación Y Funcionamiento De Los Núcleos De Apoyo Contable Y Fiscal en Colombia.
- Universidad de Córdoba. (s.f.). Obtenido de <https://www.unicordoba.edu.co/index.php/simbolos/>
- Universidad de Córdoba. (s.f.). Política de comunicaciones. En U. d. Públicas. Montería.
- Universidad de Córdoba. (s.f.). Obtenido de <https://www.unicordoba.edu.co/index.php/mision-vision/>
- Universidad de Córdoba. (s.f.). Obtenido de <http://www.unicordoba.edu.co/index.php/unidad-de-planeacion/pei/>
- Universidad de Córdoba. (s.f.). Obtenido de <https://www.unicordoba.edu.co/index.php/bolsa-de-valores-bvc/mision-vision/>
- Universidad de Córdoba. (s.f.). Obtenido de <https://www.unicordoba.edu.co/index.php/bolsa-de-valores-bvc/servicios/>
- Universidad de Córdoba. (2018). Obtenido de <https://www.unicordoba.edu.co/index.php/unidad-de-planeacion/informacion-y-estadisticas/>

6. Anexos



Figura 1. Afiche publicitario NAF en el Punto de la BVC de la Universidad de Córdoba.

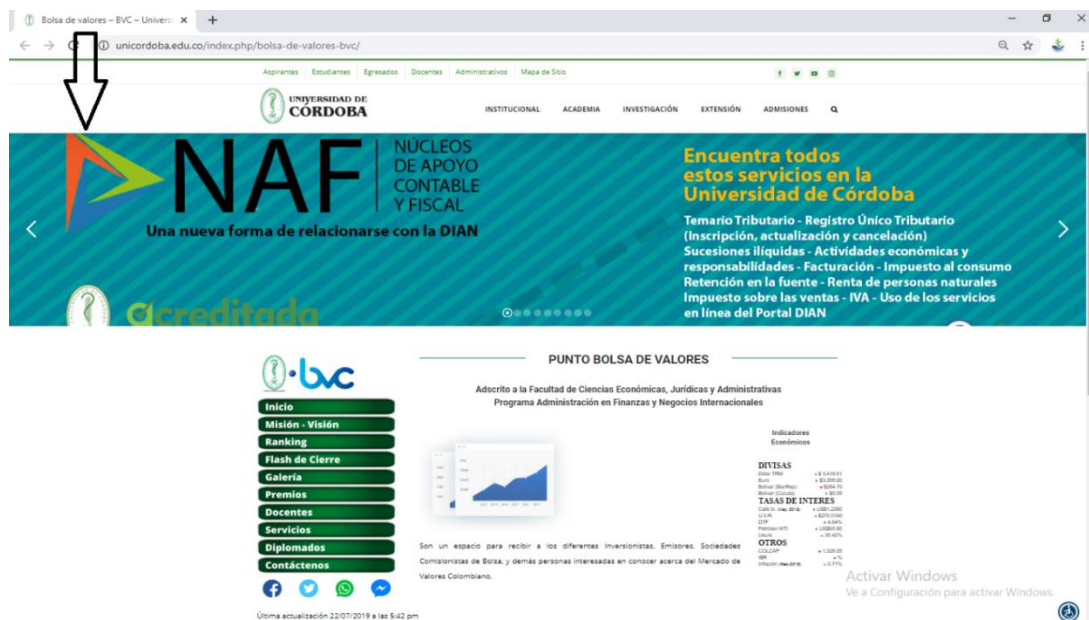


Figura 2. Banner digital NAF, asociado al Punto BVC de la Universidad de Córdoba.

UNIVERSIDAD DE CORDOBA

INSTITUCIONAL ACADEMIA INVESTIGACIÓN EXTENSIÓN ADMISIONES

NAF

NÚCLEOS DE APOYO CONTABLE Y FISCAL

Una nueva forma de relacionarse con la DIAN

Encuentra todos estos servicios en la Universidad de Córdoba

Temario Tributario - Registro Único Tributario (Inscripción, actualización y cancelación)
Sucesiones ilíquidas - Actividades económicas y responsabilidades - Facturación - Impuesto al consumo
Retención en la fuente - Renta de personas naturales
Impuesto sobre las ventas - IVA - Uso de los servicios en línea del Portal DIAN

PUNTO BOLSA DE VALORES

Adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas
Programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Indicadores Económicos

DIVISAS

Dólar USD	+3.410.00
Euro	+3.300.00
Bolívar (Venezuela)	+3.000.00
Bolívar (Colombia)	+3.000.00

TASAS DE INTERÉS

Cuenta de ahorro	+1.000.00
Cuenta de ahorro	+1.000.00
Cuenta de ahorro	+1.000.00
Cuenta de ahorro	+1.000.00

OTROS

OTROS	+1.000.00
OTROS	+1.000.00
OTROS	+1.000.00
OTROS	+1.000.00

Son un espacio para recibir a los diferentes inversionistas, emisores, sociedades, comisionistas de bolsa, y demás personas interesadas en conocer acerca del Mercado de Valores Colombiano.

Última actualización 22/07/2019 a las 5:42 pm

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Figura 3. Redes sociales asociadas al Punto BVC.

Encuesta de valoración de los servicios Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal - NAF

Con el fin de mejorar la atención en los Núcleos de apoyo Contable y Fiscal - NAF, agradecemos responder la siguiente evaluación de la manera más sincera posible:

- ¿El NAF atendió su solicitud?
Si ☐ No ☐
- ¿Cómo le pareció la atención del NAF?
Muy buena ☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala ☐
- ¿Fueron logrados los objetivos de su consulta?
Muy bien ☐ Bien ☐ Suficiente ☐ Insuficiente ☐
- ¿Fue usted bien orientado en todos los procedimientos?
Muy bien ☐ Bien ☐ Suficiente ☐ Insuficiente ☐
- ¿Cómo se enteró de la existencia del NAF?
A través de la DIAN ☐ Periódicos ☐ Internet ☐
Amigos ☐ Universidad ☐ Otro, ¿Cuál? _____
- ¿Recomendaría este servicio a otros ciudadanos? _____
Si ☐ No ☐

¡Gracias por su tiempo!

Anexo 6. Encuesta de valoración de los servicios Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal - NAF



Con el fin de mejorar la atención en los Núcleos de apoyo Contable y Fiscal - NAF, agradecemos responder la siguiente evaluación de la manera más sincera posible:

- ¿El NAF atendió su solicitud?
Si ☒ No ☐
- ¿Cómo le pareció la atención del NAF?
Muy buena ☒ Buena ☐ Regular ☐ Mala ☐
- ¿Fueron logrados los objetivos de su consulta?
Muy bien ☒ Bien ☐ Suficiente ☐ Insuficiente ☐
- ¿Fue usted bien orientado en todos los procedimientos?
Muy bien ☒ Bien ☐ Suficiente ☐ Insuficiente ☐
- ¿Cómo se enteró de la existencia del NAF?
A través de la DIAN ☐ Periódicos ☐ Internet ☐
☒ Otro ☐
¿Cuál? _____
- ¿Recomendaría este servicio a otros ciudadanos?
Si ☒ No ☐

¡Gracias por su tiempo!

Figura 4. Encuesta de valoración de los servicios Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF

Universidad / Facultad			
Nombre del estudiante			
No. De documento del estudiante			
Sitio de atención			

INFORME DE ATENCIONES EN NÚCLEOS DE APOYO CONTABLE Y FISCAL - NAF POR ESTUDIANTES Vers. 082018

Señor Usuario, A fin de dar cumplimiento a la Ley Estatutaria 1581/ 2012, y al Decreto Reglamentario No 1377 de 2013, que dictan disposiciones para la protección de datos personales, nos permitimos indicarle que la información de sus datos personales puede ser entregada a la DIAN, única y exclusivamente con el objeto de ser contactado para realizar seguimiento sobre la calidad del servicio prestado por los NAF.

Nº Cor s	Expte de tratamiento de datos personales S.I.J. No.	Nombre de la persona que solicita el servicio	No. De documento / NIT	Teléfono	E-mail	Consulta o servicio solicitado	Otros cuáles??	Fecha de atención	Canal de atención	Estado de la consulta o servicio	Firma del usuario
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											

OBSERVACIONES:

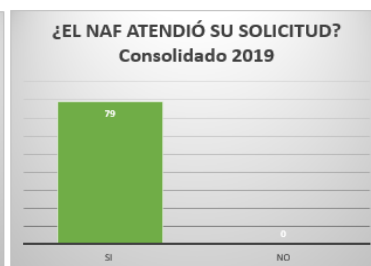
Coordinador o monitor asignado
Estudiante del NAF
Fecha de entrega

Figura 5. Formato de Informes NAF por Estudiantes.

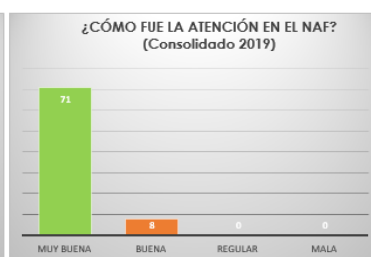
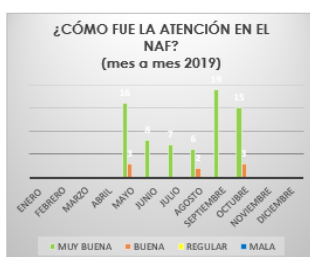
TABULACIÓN ENCUESTA DE VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS NAF 2019 - Vers 1 30062017

Ingrese los datos mes a mes para que se vayan reflejando las cifras graficamente:

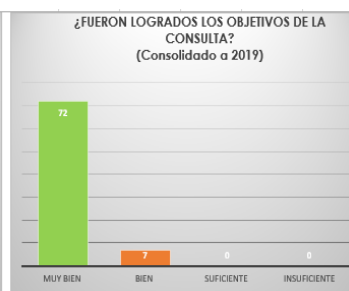
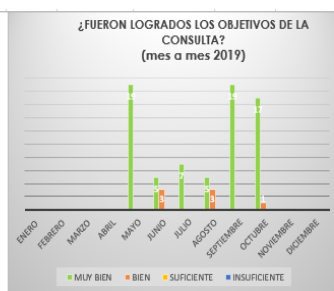
¿EL NAF ATENDIÓ SU SOLICITUD?	SI	NO
ENERO		
FEBRERO		
MARZO		
ABRIL		
MAYO	19	
JUNIO	8	
JULIO	7	
AGOSTO	8	
SEPTIEMBRE	19	
OCTUBRE	18	
NOVIEMBRE		
DICIEMBRE		
TOTAL	79	0



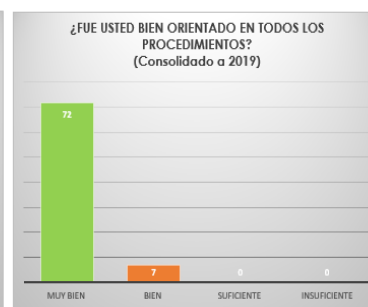
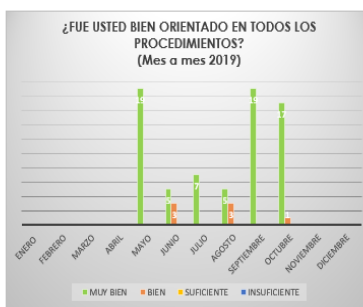
¿CÓMO FUE LA ATENCIÓN EN EL NAF?	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA
ENERO				
FEBRERO				
MARZO				
ABRIL				
MAYO	16	3		
JUNIO	8			
JULIO	7			
AGOSTO	6	2		
SEPTIEMBRE	19			
OCTUBRE	15	3		
NOVIEMBRE				
DICIEMBRE				
TOTAL	71	8	0	0



¿FUERON LOGRADOS LOS OBJETIVOS DE LA CONSULTA?	MUY BIEN	BIEN	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
ENERO				
FEBRERO				
MARZO				
ABRIL				
MAYO	19			
JUNIO	5	3		
JULIO	7			
AGOSTO	5	3		
SEPTIEMBRE	19			
OCTUBRE	17	1		
NOVIEMBRE				
DICIEMBRE				
TOTAL	72	7	0	0



¿FUE USTED BIEN ORIENTADO EN TODOS LOS PROCEDIMIENTOS?	MUY BIEN	BIEN	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
ENERO				
FEBRERO				
MARZO				
ABRIL				
MAYO	19			
JUNIO	5	3		
JULIO	7			
AGOSTO	5	3		
SEPTIEMBRE	19			
OCTUBRE	17	1		
NOVIEMBRE				
DICIEMBRE				
TOTAL	72	7	0	0



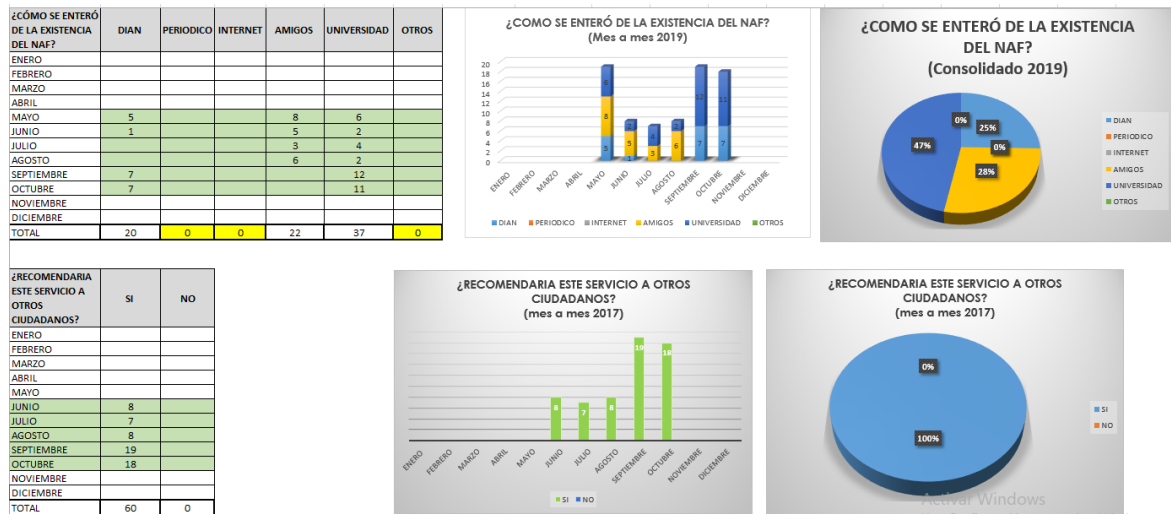


Figura 6. Tabulación Encuesta De Valoración NAF.

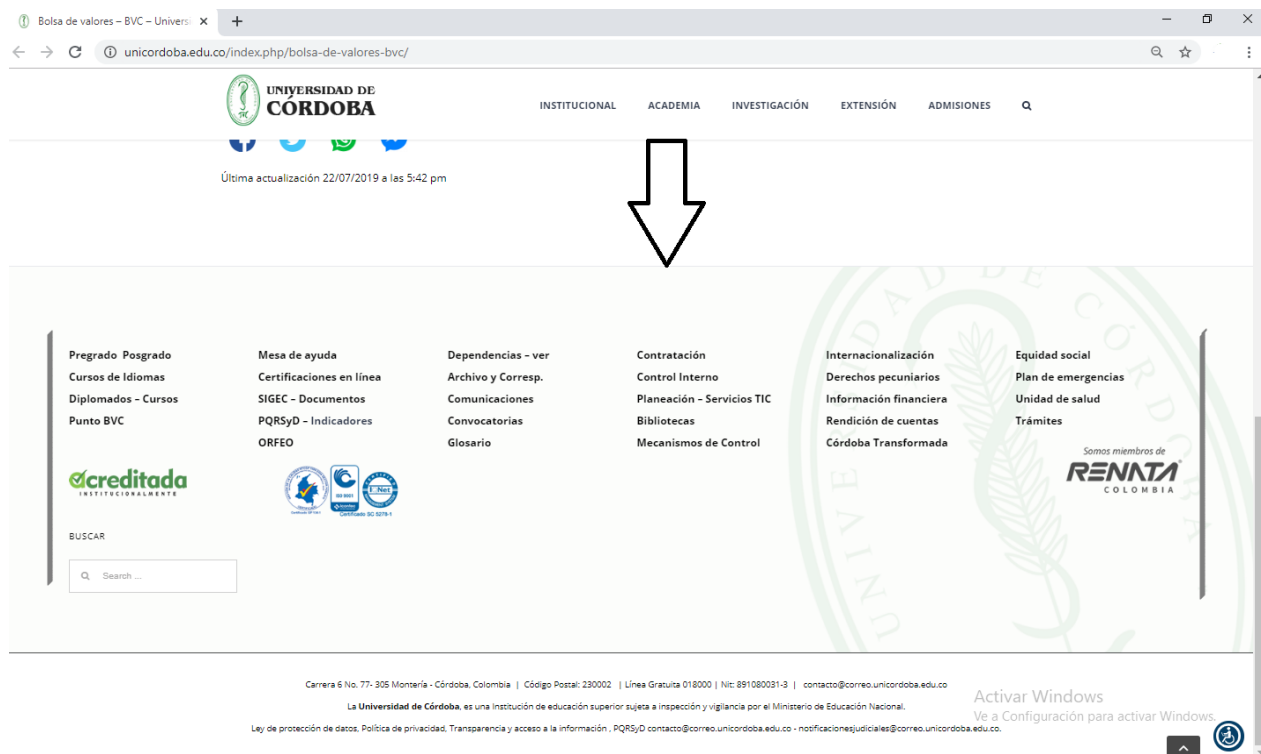


Figura 7. NAF sin publicaciones propias.

	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	CÓDIGO: FCOM-001 VERSIÓN: 03 EMISIÓN: 25/09/2013 Página 1 de 1
	FORMATO SOLICITUD DE SERVICIOS	

INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE					
Marque con una X Tipo de Cliente		Público Interno (<input type="checkbox"/>) Público Externo (<input type="checkbox"/>)			
Nombre:					
Cargo:					
Dependencia:					
Fecha de Solicitud:					
TIPO SERVICIO SOLICITADO					
Marque con una X el servicio o los servicios requeridos para el caso de Emisora, Televisión, Prensa, Publicaciones y Otros Nota: Solo a través del diligenciamiento y entrega de este formato se podrán prestar los servicios de la Unidad.					
EMISORA	AUDIOVISUAL - TELEVISIÓN	Prensa	PUBLICACIONES Marque con una X Servicio (Diseños)		
Realización Nuevo Programa Radial	Realización Nuevo Programa de Televisión	Cubrimiento Periodístico	Afiche	Labels CD	
Producción Radial Formatos (crónica, reportaje, documental, expositivos, argumentativo, Informativo entre otros)	Producción y Edición Videos en Formatos (crónica, reportaje, documental, expositivos, argumentativo, Informativos entre otros)	Realización de Boletines de Prensa	Aviso Banner Boletín	Libreta Señalizado	
Producción Programas en Pregrabado	Grabación de Eventos y Actividades Académicas, Científicas y Culturales	Ruedas Conferencia de Prensa	Diploma	Separador	
Producción Cuña Radial	Producción de Comerciales y Propaganda	Publicación en página web de: (eventos, Publicidad, comunicados)	Bono	Logotipo	
Cubrimiento de evento y Transmisión en vivo	Cubrimiento de eventos y Transmisión en vivo	Presentación de eventos académicos, científicos y Culturales	Botón	Membrete	
Certificado de difusión radial	Registro Fotográfico en Eventos Académicos y Científicos y Culturales Realización de Guiones	Realización de (Publirreportajes, crónicas información)	Brochure	Rótulo	
Copia de Productos Radiales	Copia de Material Audiovisual (videos y Fotografía)	Pauta en prensa, radio y Tv (local, Regional Nacional)	Carnet	Mención	
Emisión Programas y Cuñas Radiales de Interés Académico, Cultural, Científico y Noticioso.	Emisión Programas de Televisión de Interés Académico, Cultural, Científico y Noticioso.	Entrevistas	Carpeta	Pasacalle	
Capacitaciones Radiales	Capacitaciones en Televisión y Audiovisual	Asesoría en la Organización de eventos	Cartelera	Pendón	
Descripción de la Solicitud:	Quién lo organiza, objetivo del evento, alcance, fecha, lugar y hora del evento. Si es necesario adjunte anexos (carta).				
Solicitante		Trámite de Unidad de Comunicaciones			
Firma:		Recibido Por:			

Si usted ha accedido a este formato a través de un medio diferente al sitio
<http://web.www3.unicordoba.edu.co/es/calidad/documentos> asegúrese que ésta es la versión vigente

Figura 8. Formato de Solicitud de Servicios FCOM 001.